



**МОЛОЧНЫЙ СОЮЗ
КАЗАХСТАНА**

Анализ потребительского исследования на предмет психологии поведения потребителя в отношении «домашнего/дикого» молока в Казахстане 1 часть



Адамова Сабина, аналитик, ОЮЛ «Молочный союз»

Нур-Султан, октябрь 2021г.

В 2019 году Молочным Союзом Казахстана было произведено исследование, где основной целью является анализ психологии поведения и отношения потребителя к «домашнему/дикому молоку», имеющего высокую социальную значимость.

Для проведения данного исследования были выбраны два метода полевых исследований, в частности, исследование с применением анкетирования. Основные вопросы анкетирования это: каналы приобретения молока-рынки, магазины, супермаркеты; причины приобретения в различных каналах.

Объем выборки для данного исследования составил чуть более 2000 человека. Выборка была квотирована по 5 регионам - города Астана, Алматы, Караганда, Шымкент и Павлодар, так же по возрасту и полу респондентов. В опросе приняли участие казахстанцы в возрасте от 18 лет.

Таблица №1

УРОВЕНЬ и региональные особенности покупки «дикого» молока



По данным ВОЗ, Казахстан по итогам 2017 года стоит на 86 месте среди 208 стран по заболеваемости туберкулезом и это 66 человек на 100 тысяч жителей. Несмотря на то, что за последние 10 лет показатели заболеваемости существенно снизились - в 2,4 раза (с 125,5 в 2008 году). По данным официальной статистики, в течение 2018 года 8942 пациентам «диагноз поставлен впервые».

Самое большое количество лиц на диспансерном учете зарегистрировано в городе Шымкент и Туркестанской (3604), Алматинской (3311), Восточно-Казахстанской (2860), Кызылординской (2495) областях.

Молоко- наряду с кисломолочной продукцией, содержит в своем составе много полезных и питательных компонентов, но без полноценной обработки (пастеризация, кипячение или стерилизация), может стать источником опасных бактерий или вирусов, которые приводят к развитию опасных инфекций. Самая серьезная и коварная инфекция крупного рогатого скота, опасная для человека — это туберкулез. Он вполне может передаваться от зараженной коровы к потребителям молока, если продукт питания не прошел полноценную обработку и санитарный контроль. Бактерии туберкулеза могут попадать в молоко и с ним — в тело человека,

приводя к началу длительной, хронической инфекции. Несмотря на то, что бактерии туберкулеза животных несколько отличаются от человеческих, люди к ним восприимчивы и способны болеть соответствующими заболеваниями, порой в очень серьезной форме. Эксперты проанализировали ситуацию с уровнем заболеваемости туберкулезом и предпочтения покупки «дикого молока», выявлена прямая связь заболеваний животных и людей

Исходя из анализа две трети населения РК не покупает сырое разливное молоко. Большинство казахстанцев покупают в «цивилизованной» рознице, доверяя качеству и безопасности «промышленного» молока или не имея доступа к «дикому» молоку. Треть населения РК покупает «дикое» молоко предположительно, наряду с «промышленным». Потребление дикого молока по результатам анализ в Алматы и Шымкенте почти вдвое больше, чем в Астане и Караганде и вчетверо – чем в Павлодаре. Причинами могут быть:

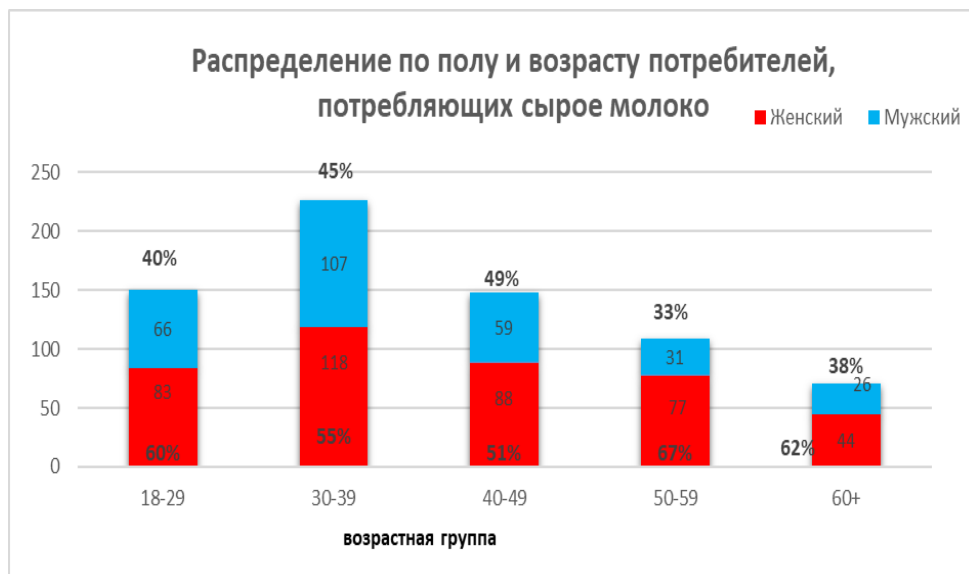
1. В Шымкенте

- уровень доходов
- уровень развития сетевой розницы ниже, чем в Алматы и Астане
- количество молока на рынке больше, чем в других регионах
- сырое молоко дешевле и доступнее

2. В Алматы исторически большее количество местных поставщиков сырого молока, чем в других регионах, а также большее разнообразие предложения

Таблица №2

ВОЗРАСТНЫЕ И ГЕНДЕРНЫЕ характеристики ПОКУПАТЕЛЕЙ «ДИКОГО» МОЛОКА



Названия строк	Женский		Мужский		Итого Количество	Итого %
	Количество	%	Количество	%		
18-29	83	60%	66	40%	149	100%
30-39	118	55%	107	45%	225	100%
40-49	88	51%	59	49%	147	100%
50-59	77	67%	31	33%	108	100%
60+	44	62%	26	38%	70	100%
Общий итог	410		289		699	

Исходя из анализа очевидно, что, наибольший удельный вес в общей выборке, потребляющих сырое молоко занимает группа 30- 39 лет и мужчины и женщины. Причинами как полагают эксперты могут быть:

1. Скорее всего, более молодые женщины покупают «дикое молоко» молоко из-за детей, т.к. считают его более натуральным и полезным.
2. Еще одним высоким показателем, по мнению потребителей, является вкусовой фактор: считая, что дикое молоко свежее и вкуснее.
3. Удобнее покупать сырое молоко, обычно это те люди, к которым во двор приезжает молоковоз с диким молоком и молочными продуктами, как следствие им удобно раз или два раза в неделю в одно и тоже время и месте закупать данную продукцию.
4. Убеждены что, пить сырое молоко безопасно, данное молоко жирнее, чем на полках магазина, в отсутствие консервантов и добавок, покупающих данное молоко многие годы у доверенных людей, считающим его домашним, а значит априори лучше, так же есть потребители, предпочитающие сами готовить кисломолочную продукцию именно из дикого молока, так как родились в селе и привыкли пить сырое молоко и это им напоминает вкус детства.

После 49 лет выборка показывает, что респонденты менее предпочитают «дикое» молоко и это может быть связано с тем, что молоко берут по дороге домой после работы или приносят домочадцы.

Для маркетинговой стратегии продвижения молочных продуктов стоит обратить внимание на целевую группу потребителей в возрасте 18-29 лет, так как чаще всего они берут продукцию по поручению членов семьи и перед выбором на полке им приходится принимать решение о покупке. А женщины в возрасте 30-39 лет принимают осознанный выбор и концепция «безопасности, полезности и натуральности» заводского молока для них будет предпочтительна.